

PROJETO EXPERIMENTAL: DIFICULDADES ENFRENTADAS PELOS ALUNOS¹

Profª. Drª. Maria Francisca Magalhães Nogueira²

RESUMO

Este *paper* apresenta reflexões acerca das dificuldades enfrentadas pelos alunos do curso de Relações Públicas (RP) da Universidade Federal de Goiás na realização da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)³, na modalidade Projeto Experimental. As reflexões aqui efetuadas têm como objetivo mostrar o Projeto Experimental como exercício acadêmico dos alunos de RP no assessoramento a organizações. Em especial, discute-se o planejamento da primeira fase desse trabalho, que tem grande importância no efetivo desenvolvimento do projeto, a saber: o conhecimento do que seja a disciplina, a formação da equipe de trabalho, a escolha do tema e a seleção da empresa cliente.

Palavras-chave: Projeto Experimental. Relações Públicas. Assessoria

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta reflexões acerca das dificuldades enfrentadas pelos alunos do curso de Relações Públicas (RP) na realização da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), na modalidade Projeto Experimental. “O Projeto Experimental é a forma mais adotada pela graduação em Relações Públicas, embora nada impeça que seja feita a monografia, como diz a Resolução n. 02/84, do Conselho Federal de Educação (CFE)” (FREITAS & FRANÇA, 1997, p. 35).

¹ Trabalho apresentado no XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Dra. em Ciências Sociais pela PUC/SP, Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/SP, professora da Faculdade de Comunicação Social da UFG, email: fnogueira@cultura.com.br

³ A Resolução n. 2, de 24 de janeiro de 1984, do extinto Conselho Federal de Educação estabelece como pré-requisito para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social os “Projetos Experimentais que compreenderão a produção de trabalho relacionado a habilitação específica, em forma de monografia, fita gravada de som e imagem ou de som, filme cinematográfico sonoro, publicação impressa, campanha publicitária, plano de editoração, ou planejamento de Relações Públicas – sempre realizado nos laboratórios da própria escola” (BRASIL, 1984).

O Projeto Experimental visa o mercado de trabalho, e a monografia “É a elaboração de um estudo científico por um pesquisador, com a supervisão de um orientador, a partir da escolha de um tema, da delimitação de um problema e com a utilização de métodos científicos” (MARTINS JUNIOR, 2008, p. 26).

As reflexões aqui efetuadas têm como objetivo mostrar o Projeto Experimental como exercício acadêmico dos alunos de RP no assessoramento às organizações, em que o planejamento da primeira fase desse processo – o conhecimento do que seja a disciplina, a formação da equipe de trabalho, a escolha do tema e a seleção da empresa cliente – tem também grande importância, como as fases subsequentes, no bom desenvolvimento do trabalho.

O iniciante no processo de assessoramento às empresas, frequentemente, se vê tentado a supor que o planejamento dessa primeira fase constitui perda de tempo e que o melhor será iniciar logo o trabalho. Sem o planejamento desses primeiros passos, o que seria uma rica experiência pode transformar-se em uma caminhada sem rumo, uma vez que todas as fases são simultaneamente construídas. Portanto, para evitar esses percalços, deve-se considerar fundamental o roteiro básico, para se pôr a caminho.

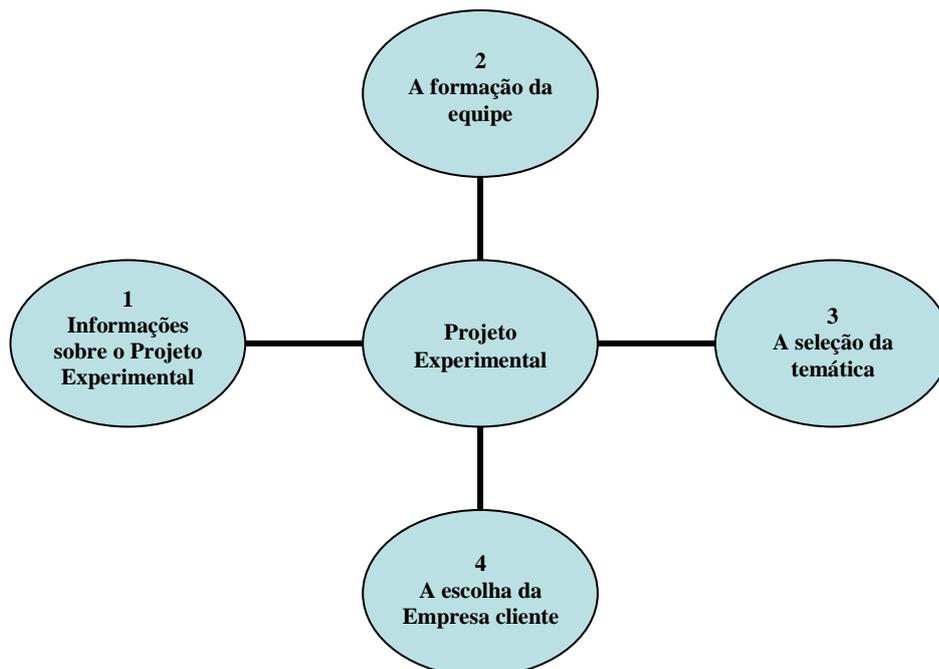


FIGURA 1: Primeira Fase do Projeto Experimental
Fonte: Maria Francisca M. Nogueira

As considerações expostas não encerram a dimensão da temática; enveredam-se pelo caminho de suscitar novas reflexões que contribuam para o fortalecimento de uma consciência nos alunos de RP quanto à necessidade de se prepararem desde o primeiro ano do curso para a realização do Projeto Experimental. Defende-se o interesse maior que é chamar a atenção para o Projeto Experimental como importante instrumento da vida acadêmica, em que o estudante tem a possibilidade, ainda como aprendiz, de usar suas múltiplas potencialidades.

2. O PROJETO EXPERIMENTAL: UM EXERCÍCIO ACADÊMICO PARA A PRÁTICA PROFISSIONAL

É comum entre os alunos a falsa ideia de que o Projeto Experimental deve, obrigatoriamente, ser executado. Porém, a única obrigação é que ele seja exequível. Na sua formalização, tem-se a oportunidade de

comprovar que adquiriu os conhecimentos necessários para o exercício profissional da atividade de Relações Públicas. Observa-se que muitas vezes o aluno escolhe essa modalidade de TCC por encará-la como mera realização de tarefas; sendo que o Projeto Experimental não precisa, necessariamente, ser levado a efeito, pois não existe legalmente nenhuma referência a esse respeito. O que existe é a recomendação de, pelo menos, uma proposta do plano de relações públicas seja executada (SILVA, 2004, p. 85).

Ser exequível significa dizer que o projeto necessita ser condizente com a realidade da empresa e, por consequência, de sua comunicação. A análise dessa exequibilidade cabe ao orientador em conjunto com os componentes da equipe de orientandos. Portanto, alguns elementos são levados em consideração: o diagnóstico da situação comunicacional da empresa; os recursos e o tempo disponíveis para a execução das recomendações propostas pela equipe de alunos etc.

Há também outro equívoco a ser considerado: supor que o indicador de sucesso do projeto seja o retorno de mídia, quer seja pelo fato de executar o maior número de atividades ou executar uma que dê maior visibilidade. Reafirma-se que a simples execução de uma atividade prática não tem relação direta com a qualidade do trabalho. Alguns grupos elaboram somente o diagnóstico, e nem por isso seus projetos deixam de ser considerados bons em sua totalidade. A prática profissional que o Projeto Experimental propõe aos alunos não se constitui em realização de tarefas, mas em uma experiência que remeta à essência da profissão: planejamento e pesquisa que resultarão, certamente, em uma análise aprimorada e adequada da realidade em foco. Não se deseja com isso, marcar uma posição contrária à execução de tais projetos. É fato concreto que alguns projetos já realizados, além de fazerem um diagnóstico consistente, colocaram em prática importantes proposições para as empresas.

As questões que dizem respeito ao processo de planejamento do Projeto Experimental são importantes, pois as ações estão ligadas a estratégias vinculadas diretamente a objetivos, os quais se referem a um ou mais problemas selecionados, que, por sua vez, remetem às suas causas e seus indicadores. As propostas de ações não surgem do nada. Elas são resultado de pesquisas e análises da realidade, ou seja, de um diagnóstico consistente, capaz de responder aos problemas de comunicação.

Freitas e França (1997, p. 37) consideram que o objetivo principal do Projeto Experimental

é analisar o exercício da comunicação e os relacionamentos de uma organização ou instituição, pública ou privada, com seus públicos de interesse, diagnosticando-a e oferecendo soluções adequadas e ações programadas de relações públicas a curto, médio e longo prazos. Estabelece recursos humanos, financeiros e materiais necessários para a obtenção dos resultados esperados e a serem conseguidos dentro de um cronograma preestabelecido por seus idealizadores, de comum acordo com a organização a ser beneficiada.

3. A FORMAÇÃO DA EQUIPE DE PROJETO EXPERIMENTAL

A formação do grupo pode vir a ser o primeiro passo na realização do projeto. Os integrantes do grupo devem ter em mente que essa escolha, além da afinidade pessoal, da amizade, constitui um contrato de trabalho. Freitas & França (1997, p. 114) alertam para o fato de que alunos acomodados com um grupo de colegas que sempre se reúne para realizar trabalhos acadêmicos acabam por considerá-lo ideal. Mas, segundo esses autores,

a formação dos grupos para o Projeto Experimental deve ser discutida com maior profundidade, pois os estudantes precisam ter consciência do que significa o projeto e dos problemas que enfrentarão na sua execução, tanto no seu relacionamento com os colegas, como nos relacionamentos com a faculdade, com os professores e com as organizações.

Os colegas que se comprometem a unir forças em busca de um ideal comum devem fazê-lo com o máximo esforço, a fim de cumprirem o compromisso assumido. No entanto, o comprometimento de cada um depende em grande parte de um líder capaz de coordenar o grupo. A pesquisa de Silva (2004, p. 66) com os estudantes do último ano do curso de RP da UFG mostrou que os alunos sentem a necessidade de uma liderança na equipe, porque acreditam que ela é

capaz de centralizar os esforços e situar cada componente dentro de um contexto único. Quando não existe um líder capaz de administrar os potenciais de cada um e os conflitos do dia-a-dia, a convivência e o trabalho podem ficar seriamente comprometidos.

Em um trabalho de equipe, reúnem-se pessoas diferentes em torno de objetivos comuns, e as experiências de cada um podem contribuir para a eficácia do trabalho. Não há como separar o indivíduo de si mesmo, da relação com outros indivíduos, de seu contexto estudantil e da sociedade em que vive. Contudo, percebe-se que isso só se torna realidade

quando as diferenças entre os componentes do grupo são utilizadas favor da equipe. Observa-se que a diversidade de aptidões, de personalidades, de experiências, dentre outros, transformam-se, muitas vezes, em motivo de dissidências e não de crescimento do grupo. A falta de maturidade do grupo para um diálogo franco e sincero acaba por marginalizar alguns componentes da equipe de trabalho, encobrir falhas de alguns no cumprimento de tarefas, gerar disputas internas, desentendimentos com orientador, dissidências etc.

Crê-se que uma das formas de se enfrentar as dificuldades dentro do grupo ainda seja o diálogo. Essa metodologia

que visa melhorar a comunicação entre as pessoas e a produção de idéias novas e significados compartilhados [...] é uma metodologia que permite que as pessoas pensem juntas e compartilhem os dados que surgem dessa interação sem procurar analisá-los ou julgá-los de imediato (MARIOTTI, [s. d.], p. 2).

Comumente, não é fácil instaurar a prática do diálogo, porque ela se opõe à fragmentação, ao imediatismo e à supersimplificação a que estamos acostumados, tendo em vista o pensamento fragmentador que condiciona a nossa cultura e, por consequência, a nossa maneira de ver e sentir. Através do diálogo, é possível explorar o que cada integrante do projeto experimental tem de melhor a oferecer e, assim, contribuir no crescimento do grupo e na eficácia do trabalho. Cada um, a sua maneira e de acordo com suas aptidões, pode não somente se destacar, mas usufruir e treinar o máximo de suas potencialidades nessa enriquecedora experiência. A somatória das inúmeras habilidades presentes em cada componente do grupo pode ser utilizada a favor do todo, como a facilidade no domínio da linguagem verbal, da linguagem corporal e da linguagem escrita, e a habilidade em se relacionar, em fazer contatos, dentre outras.

Em síntese pode-se dizer que o diálogo visa: abrir questões, mostrar fatos e evidências, estabelecer relações, compartilhar vivências e ideias, questionar e aprender e, acima de tudo, compreender.

4. A SELEÇÃO DA TEMÁTICA

A seleção da temática de comunicação a ser trabalhada na empresa cliente tem estreita relação com o grupo e o orientador. Em tese, o grau de clareza que o grupo já tem acerca da especialidade de Relações Públicas que mais lhe interessa contribui para que a busca da empresa cliente não seja uma “escolha precipitada ou mal-avaliada, que pode incorrer em inúmeros riscos, um deles é o de ter o projeto inviabilizado” (SILVA, 2004, p. 76). Nesse aspecto, o orientador tem grande contribuição a dar, porque ele tem a capacidade de filtrar os interesses, as possibilidades de atuação dos alunos e, assim, mostrar ao grupo o que de melhor eles podem explorar de si mesmos e da empresa, e chegar a um consenso sobre a melhor escolha.

Os alunos do último ano de RP disseram em pesquisa realizada com eles que “os interesses dos componentes do grupo nem sempre convergem, mas que definido o tema, foi possível abordar mesmo que indiretamente, os interesses dos colegas” (SILVA, 2004, p. 81). Isto acontece porque o Projeto Experimental quase nunca se restringe a um só aspecto da comunicação. Em virtude da análise que é feita da realidade de comunicação da empresa, esse trabalho possibilita atender às necessidades de aprendizado dos componentes da equipe. No diagnóstico, o grupo percebe aspectos, ângulos e facetas do estado e estágio da comunicação, possibilitando, assim, focar em objetivos e estratégias adequadas ao contexto.

O diagnóstico é a “identificação segura dos problemas encontrados por meio de uma profunda análise do mundo da empresa. Ele deve ser direto, preciso e breve, aplicável **tão-só** e **unicamente** à realidade pesquisada (FREITAS & FRANÇA, 1997, p. 135. Grifos na fonte). Segundo esses autores, é com fundamento nele que podem ser indicadas atividades capazes de responder de forma adequada e exclusiva às necessidades de comunicação ou de relacionamento da empresa com seus públicos.

O importante é que a experiência com acertos e erros esteja presente no relatório final, porque isso faz parte do processo de aprendizagem da equipe e dos futuros colegas que terão acesso à experiência. Muitas vezes, os relatórios finais deixam de apresentar aspectos considerados “ruins”, que, na visão do grupo, invalidariam a concepção que se tem de um projeto de “sucesso”.

Defende-se aqui a construção de um padrão metodológico na orientação e avaliação dos projetos experimentais a fim de criar entre os professores e alunos a cultura da discussão permanente sobre os projetos em curso. A experiência demonstrou que duas apresentações somente entre professores orientadores e os grupos (no primeiro semestre e outra no segundo) com a finalidade de discutir os resultados parciais obtidos servem para monitorar, intercambiar informações. Esse ato, acrescida da apresentação pública ao término dos projetos experimentais contribui para que todos os alunos não só conheçam os Casos apresentados mais fiquem atentos quanto à realização dessa experiência – O projeto experimental.

5. A ESCOLHA DA EMPRESA CLIENTE

A escolha do cliente é um outro passo importante para o desenvolvimento do Projeto Experimental. Em geral, ela vem depois de formada a equipe e selecionado o tema de comunicação. Alguns passos básicos são fundamentais:

1) Visitas a organizações com o objetivo de conhecer a comunicação praticada. Nessa visita, o grupo de alunos tem a oportunidade de explicar o que vem a ser a disciplina Projeto Experimental, bem como as vantagens para a empresa e para o grupo, com a realização desse trabalho. Vale lembrar que a equipe não deve exagerar, ou seja, prometer mais do que pode realizar, dar a impressão de que poderá, com o projeto, “concertar” todos os problemas de comunicação da empresa.

2) Discussão com o professor orientador sobre as impressões obtidas acerca da empresa e de sua comunicação, e também de quem os recebeu; das possibilidades de realização do trabalho no local etc. De posse das primeiras informações, o orientador ajudará o grupo a compreender melhor o cenário em questão. Às vezes, é necessário retornar à instituição para esclarecer algumas questões que não foram suficientemente percebidas na primeira visita.

3) Retorno à empresa de interesse do grupo para a formalização do termo de aceite. A motivação para a realização do trabalho deve ser calcada não somente no aceite da empresa, mas nas reais possibilidades de realização de um trabalho que colabore para o crescimento profissional da equipe. Geralmente, nessa etapa, deve ser firmado o acordo e assinado o termo de aceite. Nesse termo de compromisso, é bom que fique explícito o nome da pessoa da empresa que ficará encarregada pelo contato direto com a equipe de alunos. Também deverão ser explicitadas as responsabilidades das partes durante o desenvolvimento do trabalho, a fim de evitar possíveis distorções ao longo do percurso. Em geral, os alunos não se preocupam muito com o acerto por escrito do compromisso firmado. No entanto, ele dá mais seriedade e credibilidade ao trabalho e evita desentendimentos desnecessários com o cliente.

4) Contato com as empresas visitadas, com as quais não foi possível, por alguma razão, firmar compromisso para o desenvolvimento do trabalho. Esse contato, formalizado através de carta de agradecimento, tem por objetivos deixar registrada a imagem de profissionalismo do grupo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciar o Projeto Experimental é partir para uma viagem instigante e desafiadora. Trata-se de um caminho de confronto com o conhecimento adquirido até então e com aquele

que ora se inicia. O Projeto Experimental deve, naturalmente, ser construído ao longo do próprio caminho empreendido pelo grupo de alunos com a ajuda do professor orientador.

Apesar da flexibilidade no percurso, é importante existir um roteiro com etapas mínimas a serem seguidas na primeira fase: conhecimento do que seja a disciplina TCC, na modalidade Projeto Experimental, a formação da equipe, a escolha da temática, a escolha da empresa cliente.

O Projeto Experimental é um exercício de planejamento, uma vez que a equipe de alunos terá de construir um plano de trabalho, ou seja, um roteiro, sem o qual o grupo corre o risco de desperdiçar tempo e recursos; perder-se e/ou ficar no meio do caminho, por não organizar bem a equipe de trabalho; não conseguir conciliar a temática com as reais possibilidades de desenvolvê-la no local escolhido. Em síntese, o planejamento de todo o desenvolvimento constitui instrumento guia para o grupo; o relatório final é a expressão de todo o percurso. A experiência adquirida na primeira etapa do desenvolvimento do trabalho e também nas subsequentes pode produzir novos caminhos e amadurecer o grupo para lidar com outras experiências ao longo da vida profissional.

O grande desafio é a desinformação por parte do aluno quanto à importância de percorrer a primeira fase que antecede o diagnóstico e as propostas de plano e/ou projetos de Relações Públicas para a empresa selecionada. Também constitui outro desafio a necessidade de um esforço concentrado da coordenação do curso de RP e dos professores para informar o aluno de maneira suficiente e correta sobre o que vem a ser o Projeto Experimental como disciplina do curso. Além disso, outro esforço suplementar é a elaboração de metodologia mais padronizada, que permita ao aluno percorrer com mais segurança todo o processo de desenvolvimento dessa disciplina.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Federal de Educação. Resolução n. 2, de 24 de janeiro de 1984. Fixa o Currículo Mínimo do Curso de Comunicação Social. *Diário Oficial da União*, Brasília, 30 de janeiro de 1984.

FREITAS, Sidnéia Gomes; FRANÇA, Fábio. *Manual da qualidade em projetos de comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1997.

MARIOTTI, Humberto. Diálogo: um método de reflexão conjunta e observação compartilhada da experiência. *Pluriversu: complexidade, pensamento sistêmico e cultura*. Disponível em: www.geocities.com/pluriversu. Acesso em: 07 out. 2008.

MARTINS JUNIOR, Joaquim. *Como escrever trabalhos de conclusão de curso: instruções para planejar e montar, desenvolver, concluir, redigir e apresentar trabalhos monográficos e artigos*. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SILVA, Luciana Ribeiro Carneiro. *Os projetos experimentais no ensino das Relações Públicas*. 2004. 98f. TCC (Monografia em Relações Públicas) – Faculdade de Comunicação Social e Biblioteconomia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2004.